

Dominant trends of interaction of regional business and government (on the basis of Nizhny Novgorod region)

Bychkov, Sergey Yurievich

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bychkov, S. Y. (2012). Dominant trends of interaction of regional business and government (on the basis of Nizhny Novgorod region). *Modern Research of Social Problems*, 2, 1-11. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-398783>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Basic Digital Peer Publishing-Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den DiPP-Lizenzen finden Sie hier:
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

Terms of use:

This document is made available under a Basic Digital Peer Publishing Licence. For more Information see:
<http://www.dipp.nrw.de/lizenzen/dppl/service/dppl/>

УДК 316.472.45:316.334.55

**ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
РЕГИОНАЛЬНОГО БИЗНЕСА И ВЛАСТИ
(НА ПРИМЕРЕ НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ)**

Бычков С.Ю.

Цель – определить основные направления взаимодействия бизнеса и власти.

Метод исследования – контент-анализ региональной прессы.

Результаты. Определены основные направления взаимодействия бизнеса и власти, а также направления взаимодействия, характерные определенным периодам времени, описан ряд их характеристик, выдвинуты гипотезы для дальнейшего исследования.

Ключевые слова: бизнес, власть, взаимодействие, направления взаимодействия.

**DOMINANT TRENDS OF INTERACTION OF REGIONAL BUSINESS AND
GOVERNMENT (ON THE BASIS OF NIZHNY NOVGOROD REGION)**

Bychkov S.Yu.

Purpose: define dominant trends of interaction of business and government.

Methodology. The main empirical research method is the content-analysis of the regional press.

Results. Determined dominant trends of interaction of business and government and trends of interaction, dependant on circumstances, described a number of their characteristics.

Keywords: business, government, interaction, trends of interaction.

Введение. Региональные элиты в полном смысле этого слова возникли сравнительно недавно. В советское время все значимые решения принимались в условиях централизованного планирования. С перестройкой региональная элита обрела множество политических и экономических свобод, а также ряд характерных особенностей. С ростом веса региональных экономических и властных элит, растут и противоречия между их интересами и на первый план выходит проблема их взаимодействия. От того, насколько эффективно будет решена эта проблема, зависит развитие региона как в экономическом и политическом, так и в социальном плане.

Особенно важным этот вопрос становится в свете процесса продолжающейся интеграции с экономиками стран развитого мира. Вступление России в ВТО ставит перед российскими компаниями сложную задачу не просто развития, а выживания в условиях глобальной конкуренции. Именно в этот момент региональные власть и бизнес должны осознать свои глубинные интересы и выработать общие цели. Ведь от того, будет ли достигнута эта цель, зависит не только их благосостояние, но и благополучие всего населения региона и государства. Актуальность проблемы взаимодействия экономических элит и власти заключается в той роли, которую играют элиты в Российском обществе и во влиянии процессов и результатов взаимодействия элит на жизнь всего общества, однако нельзя считать эту тему считать в достаточной мере разработанной. Проработанность темы взаимодействия бизнес-элит с властью на региональном уровне оказывается еще меньшей, учитывая то, что в каждом регионе оно имеет свои особенности.

Важное место в исследовании взаимодействия бизнес-элит с властью занимает вопрос об основных его направлениях. Ответ на этот вопрос позволит сделать вывод о преобладающей модели их взаимодействия в регионе. Место,

которое занимает этот вопрос в региональной прессе, также является индикатором отношений изучаемых социальных групп.

Методология и содержание исследования. Данная статья написана на материалах исследования, посвященному изучению особенностей взаимодействия власти и бизнес-элит. В рамках данного исследования подвергнуты анализу тексты пяти региональных газет и региональных блоков федеральных газет. Обязательным условием включения текста в анализируемый массив, являлось наличие в нем одновременно двух компонент — указания на представителя региональной или муниципальной власти и его связь с экономической деятельностью, либо указание на представителя экономической элиты и его отношение к власти или политической динамике в регионе. За базовый период взят промежуток времени с 2007 по 2011 год, что охватывает докризисный период, период кризиса и послекризисный период. Соответственно, весь массив, предназначенный для обработки методом контент-анализа, был разбит на три временных интервала: до кризиса (2007-2008 годы), разгар кризиса (2009 год), выход из кризиса (2010-2011 годы). Решение включить 2008 год в «докризисный период» целиком, объясняется тем, что в конце 2008 года динамика экономики была во многом обусловлена контрактами, заключенными в докризисный период, а меры, связанные с кризисом, принимались лишь в 2009 году. Всего в анализируемый массив было включено 850 статей.

Контент-анализ проводился при помощи программных пакетов Drobilka (получение матриц) и SPSS (факторный анализ, метод главных компонент).

В результате анализа массива текстов при помощи описанного выше программного обеспечения, было построено 3 факторные модели, описание которых представлено в таблице ниже:

Таблица 1

**Характеристика факторных моделей анализа взаимодействия
бизнеса и власти**

№	Период	Количество факторов	Объясняющая способность модели, %
1.	2007-2008	8	23,2
2.	2009	7	22,9
3.	2010-2011	9	25,4

Тематический дискурс каждого периода (факторной модели) характеризуется следующим набором сюжетных линий (факторов):

Докризисный период (2007-2008 г.):

1. Бизнес во власти
2. Судебные отношения с властью городского и муниципального уровня
3. а) Инвестиции в строительство и б) Коррупция в отраслях¹
4. Крупный бизнес в области
5. Поддержка пищевой промышленности и АПК
6. Поддержка инноваций
7. Борьба с коррупцией
8. Инвестиции в автомобилестроение

Период кризиса (2009 г.):

1. Бизнес во власти
2. а) Администрация города в сфере жилищного строительства и б) Адресная поддержка промышленных предприятий.
3. Привлечение иностранных инвестиций

¹ Факторы, представленные двумя сюжетными линиями, - это поляризованные факторы, две темы в рамках которых не встречаются в одном контексте одновременно.

4. Поддержка отраслей
5. Борьба с коррупцией
6. Поддержка инноваций
7. а) ФАС в сфере рекламы и б) Финансирование госпрограмм

Период выхода из кризиса (послекризисный) (2010-2011 гг.):

1. Бизнес во власти
2. Отношения бизнеса и власти в регионе и на местах
3. Поддержка отраслей
4. Адресная поддержка промышленных предприятий
5. Борьба с коррупцией
6. Строительство
7. а) Поддержка инноваций и б) Розничная торговля
8. Госзакупки и коррупция
9. а) Иностранные инвестиции и б) Строительство при государственной поддержке

Результаты исследования. Факторные модели каждого периода включают в себя как сюжетные линии, повторяющиеся из года в год, так и сюжетные линии, не свойственные другим анализируемым периодам. Наиболее «стабильные» сюжетные линии соответствуют наиболее распространенным формам и направлениям взаимодействия. К ним относятся:

- Непосредственная представленность бизнеса во власти, когда депутатами городской Думы и Законодательного Собрания, а также высокопоставленными чиновниками становятся бизнесмены и директора крупных компаний.
- Поддержка отраслей – как через финансовые послабления, так и путем упрощения взаимодействия со структурами власти (например, через

систему «одного окна»), а также через лоббирование интересов нижегородских производителей (реализация программы «Покупай нижегородское», создание преференций для местных производителей на законодательном уровне).

- Развитие инновационных направлений экономики – это особый момент в деятельности правительства Нижегородской области. В первую очередь к данному направлению относится реализация региональной целевой программы развития инфраструктуры с привлечением федеральных средств – строительства технопарков и инновационных центров в Нижегородской области. Также региональными властями представляется множество льгот на развитие предприятий этой отрасли и инновационных проектов на предприятиях Нижегородской области.

- Тема коррупции и борьбы с ней, а также антикоррупционное законодательство. Фактически, антикоррупционное законодательство – один из способов влияния на среду отношений бизнеса и власти, поэтому также является механизмом воздействия. Следует отметить, что тема коррупции, выявление фактов коррупции и тема борьбы с коррупцией всплывают как две отдельные темы (два разных фактора). Это может говорить о том, что и в действительности коррупция и антикоррупционная деятельность существуют в несколько разных плоскостях.

- Привлечение зарубежных инвестиций в регион – это одно из главных направлений деятельности губернатора Валерия Шанцева и министров. Здесь стоит отметить, что деятельность по привлечению инвестиций имеет два направления: в строительство и в промышленность. Правительство оказывает поддержку привлекаемых инвесторов, чем мотивирует инвесторов вкладывать деньги именно в Нижегородском регионе: компенсирует часть процентной ставки по кредитам, дает гарантии перед кредиторами, помогает преодолеть административные барьеры командным способом и т.д.

Кроме этих пяти направлений взаимодействия, можно выделить еще несколько, более «подвижных» и зависящих от определенного периода времени:

- Адресная поддержка крупнейших предприятий региона во время кризиса – как материальными, так и нематериальными способами. Оказывается особо актуальной в момент «острой» фазы кризиса.

- Деятельность администрации Нижнего Новгорода в сфере недвижимости. Если в докризисный период эта тема выступает преимущественно в судебной плоскости: в текстах представлены факты об иском администрации в адрес компаний, а также иском в адрес администрации; то в кризисное время администрация вынуждена решать вопросы, связанные с последствиями кризиса.

- В 2009 году особое место обретает тема разбирательств Федеральной Антимонопольной Службы в сфере рекламы.

- В послекризисный период тематический дискурс претерпевает еще большие изменения: здесь открыто всплывает тема противостояния местных экономических и властных элит в моногородах. Также возникает тема вмешательства региональных властей в лице сити-менеджера О. Кондрашова через подконтрольные ему экономические структуры в деятельность, ранее находящуюся в ведении районных властей.

- Тема политики как площадки для лоббирования интересов подконтрольного бизнеса раскрывается в послекризисный период особенно четко.

- Тема розничной торговли всплывает как нейтральная по отношению к представителям власти: ей дается разная оценка возможности экспансии сетей в регионе, однако она признает, что это также инвестиции в регионе и демократизация розничного рынка. Изредка встречаются и факты пренебрежения малым бизнесом.

- Однако стоит отметить развитие программы поддержки нижегородских производителей «Покупай нижегородское», а также контроль над ценами в розничных сетях.

«Стабильные» направления взаимодействия между властью и бизнесом нижегородского региона также претерпевают изменения в зависимости от рассматриваемого периода. Например, в каждом периоде важное место занимает тема привлечения инвестиций в строительство, однако для каждого из них характерны свои особенности. Если в 2007-2008 годах власти сосредотачивались на привлечении инвестиций для строительства гостиниц и торгово-развлекательных центров, то в кризисном 2009 году вопросы строительства сместились в ведение властей городского и муниципального уровня и ограничились вопросами строительства жилья, а также проведения аукционов по продаже недвижимости и права аренды недвижимости. В 2010-2011 годах тема проектирования и строительства недвижимости и торгово-развлекательных комплексов с привлечением иностранного капитала и власти разных уровней возрождается.

Тема привлечения внешних, и в первую очередь, иностранных, инвестиций в промышленность, также прослеживается из года в год, хотя и претерпевает некоторые изменения с точки зрения направления инвестирования. В предкризисные годы - это в основном привлечение инвестиций в автомобильную промышленность. Именно в эти годы шел бурный рост автомобильного рынка и строительство сборочных предприятий мировыми автопроизводителями на территории России.

В 2009 году тема активного привлечения внешнего капитала потеряло то место, которое она занимала в докризисный период. Публикации о посещениях международных выставок, приеме иностранных делегаций, участии в выставках либо салонах встречаются гораздо реже и имеют почти нейтральные, как правило, отрицательные значения в составе разных факторов в факторной модели 2009 года. Это говорит о том, что деятельность этого рода отошла на

задний план и уступила место решению более важных на тот момент вопросов. Однако можно предположить, что количество публикаций о подобных фактах в некоторой степени занижено еще потому, что информационное поле было более насыщено новостями из других сфер жизни.

Тема поддержки бизнеса также изменяется. Если до 2009 года осуществлялась преимущественно поддержка и регулирование пищевой промышленности и агропромышленного комплекса посредством нормативно-правовой деятельности, то в 2009 году поддержка отраслей со стороны властей усиливается и, кроме помощи агропромышленному комплексу и пищевой промышленности, оказывается поддержка таким отраслям как автомобилестроение, жилищное строительство и др. Вторым направлением в теме поддержки становится адресная помощь крупным предприятиям Нижегородской области посредством денежных компенсаций и гарантий по кредитам. В 2010-2011 годах оба этих вектора сохраняются.

В анализируемых текстах упоминания о взаимодействии с малым и средним бизнесом встречаются редко. Более того, эти факты зачастую выступают в составе полюса поляризованного фактора, имеющего при этом малую факторную нагрузку. Это подтверждает тезис о том, что власть не заинтересована в поддержке среднего и малого бизнеса и редко пытается решать их проблемы системно, власти ведут не всегда последовательную политику по отношению к такого рода экономическим агентам – по остаточному принципу. Свидетельства пренебрежения интересами малого предпринимательства подтверждают этот тезис.

Выводы. Наиболее распространенными направлениями взаимодействия между бизнесом и властью являются: непосредственная представленность бизнеса во власти, поддержка отраслей региона со стороны власти (в особенности инновационных), привлечение зарубежных инвестиций в регион, борьба с коррупцией и коррупция как особая форма взаимодействия. Не смотря на то, что эти направления взаимодействия встречаются в каждом периоде, они

также претерпевают изменения. Во время кризиса особое значение принимает адресная поддержка крупнейших предприятий, тема контроля над розничными рынками и попытки стимулирования рынка недвижимости. В послекризисный период возникает сразу несколько новых сюжетных линий: тема противостояния местных экономических и властных элит в моногородах, а также политики как площадки для лоббирования интересов.

На основе материалов контент-анализа можно сделать заключение о том, что взаимодействие бизнеса и власти имеет двустороннюю направленность и оба контрагента используют особые механизмы воздействия. Можно говорить о следующей модели отношений между властью и бизнесом: они не однородны и зависят от размера бизнеса. С крупными предприятиями, имеющими серьезный вес в регионе, а также с крупными инвесторами региональные власти пытаются выстраивать партнерские отношения. Однако с малым предпринимательством выстраиваются отношения, соответствующие модели отстраненного «патронажа», при которой существуют лишь редкие попытки реального участия в решении проблем малого бизнеса при большой доле формализма в подходе к этому вопросу. Также можно сделать заключение о том, что с обострением экономического кризиса, происходит усиление вмешательства властей в экономику региона. Однако с восстановлением экономики, бизнес-элиты начинают оказывать определенное сопротивление воздействию властных структур.

Контент-анализ СМИ позволил обнаружить основные направления взаимодействия бизнес-элит с властью. Зная эти направления, исследователь получает возможность провести более детальное исследование их взаимодействия и скорректировать приведенные в отчете характеристики этого взаимодействия. Нельзя отрицать и того, что пресса охватывает лишь определенную долю их взаимоотношений: часть отношений выводится на передний план, другая часть остается нераскрытой. Отношения, которые постоянно находятся в поле зрения прессы – это значимые события, способные

привлечь внимание. Изучение «скрытых» сторон и механизмов взаимодействия – задача глубинных интервью с экспертами соответствующих групп.

Список литературы

1. Ростовцев, П.С. Анализ социологических данных с применением статистического пакета SPSS / П.С. Ростовцев Г.Д. Ковалева. – 2001. URL: <http://socionet.ru/d/repec:rus:nsusme:rostovtsev/http://www.nsu.ru/education/socio/socionet/docs/metod/rostovtsev.zip> (Обращение к документу: 16.09.2011)

References

1. Rostovtsev P.S., Kovaleva G.D. Analysis of sociological data using the statistical package SPSS. <http://socionet.ru/d/repec:rus:nsusme:rostovtsev/http://www.nsu.ru/education/socio/socionet/docs/metod/rostovtsev.zip> (Accessed September 16, 2011)

ДАННЫЕ ОБ АВТОРЕ

Бычков Сергей Юрьевич, аспирант

*Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского
пер. Университетский, 7, г. Нижний Новгород, 603000, Россия
e-mail: poseidon1870@mail.ru*

DATA ABOUT THE AUTHOR

Bychkov Sergey Yurievich, graduate student

*Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod
7, Universitetskij lane, Nizhny Novgorod, 603000, Russia
e-mail: poseidon1870@mail.ru*

Рецензент:

Бекарев А.М., доктор философских наук, профессор кафедры общей социологии и социальной работы Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского